

Санкт-Петербургский государственный университет
Научно-исследовательский институт менеджмента

НАУЧНЫЕ ДОКЛАДЫ

Е. Л. Шекова

**Развитие корпоративной
социальной ответственности в
России: позиция бизнеса (на
примере благотворительной
деятельности компаний Северо-
Западного региона)**

№ 37(R)–2006

Санкт-Петербург

2006

Е. Л. Шекова. Развитие корпоративной социальной ответственности в России: позиция бизнеса (на примере благотворительной деятельности компаний Северо-Западного региона). Научные доклады № 37(R)–2006. СПб.: НИИ менеджмента СПбГУ, 2006.

Работа посвящена проблемам развития корпоративной социальной ответственности в России на примере благотворительной деятельности компаний. В основу работы вошли данные авторского исследования благотворительной политики крупных компаний Северо-Западного региона за 2005–2006 гг. Автором рассматриваются особенности корпоративной благотворительности в регионе, выделяются основные проблемы ее развития, а также анализируются причины сложившейся ситуации. На основе проведенного анализа в работе предложен ряд мер по стимулированию благотворительности в регионе.

Шекова Екатерина Леонидовна — канд. экон. н., ст. преподаватель кафедры стратегического управления факультета менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета
e-mail: shekova@som.pu.ru

Saint Petersburg State University
Institute of Management

DISCUSSION PAPER

Ekaterina Shekova

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
DEVELOPMENT IN RUSSIA: BUSINESS
ATTITUDE (ON THE EXAMPLE OF THE
CORPORATE CHARITABLE
ACTIVITIES IN NORTH-WESTERN
REGION)**

37(R)–2006

Saint Petersburg
2006

Ekaterina Shekova. Corporate Social Responsibility Development in Russia : Business Attitude (on the example of the Corporate Charitable Activities in the North-Western Region). Discussion Paper # 37(R)–2006. Saint Petersburg State University: St. Petersburg, 2006.

This working paper is about development in the corporate charitable activities in Russia as a part of corporate social responsibility. The paper is based on the author's research of charitable programs of the large companies in the North-Western region during 2005-2006. The main problems and tendencies in the regional corporate charitable policy were revealed. Finally, the paper proposes some recommendations in stimulating and improving corporate charitable activities in the region.

*Shekova E. L. — Assistant Professor, Strategic Management Department, School of Management, Saint Petersburg State University
e-mail: shekova@som.pu.ru*

© E. Shekova, 2006

Содержание

Введение.....	2
Современный понятийно-терминологический аппарат.....	6
Уточнение понятийно-терминологического аппарата.....	7
Условия развития благотворительности в Северо-Западном регионе .	8
Федеральные налоговые льготы для физических лиц	10
Федеральные налоговые льготы для юридических лиц.....	12
Налоговые льготы для юридических лиц на уровне субъектов федерации.....	14
Заключение	16
Литература	17

Введение

В настоящее время в рамках корпоративной социальной ответственности (КСО) отдельное внимание уделяется развитию такого института как благотворительность. Многие компании, независимо от отраслевой принадлежности, принимают активное участие в благотворительных проектах и программах. Однако развитие благотворительности в России сталкивается с целым рядом проблем. Это проблемы разграничения благотворительной и спонсорской деятельности, вопросы стимулирования благотворительной деятельности и др. Данная работа базируется на исследовании благотворительной деятельности крупных компаний Северо-Западного региона, проведенном автором в 2005–2006 гг.

Благотворительная деятельность является важной составляющей программ в области КСО. Благотворительная поддержка населения, некоммерческих организаций, локальных социальных проектов позволяет компании сформировать положительный имидж в регионе, расширить целевую аудиторию, наладить коммуникации со стейкхолдерами.

Проведенный автором опрос крупных компаний в Северо-Западном регионе выявил, что большинство компаний не имеет четкой политики в области благотворительности. 48% компаний оказывают благотворительную поддержку время от времени, 34% предоставляют разовую поддержку, а 8% вообще не занимаются благотворительностью (см. рис. 1). Из опрошенных только 10% ведут благотворительную деятельность на регулярной основе.

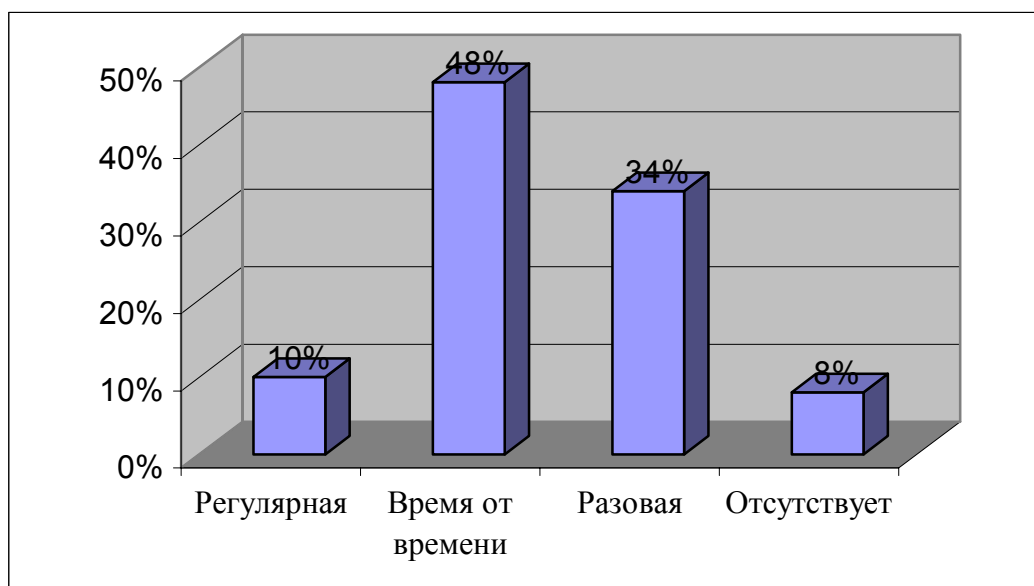


Рис. 1. Оценка регулярности благотворительной деятельности крупных компаний Северо-Западного региона

Подавляющее большинство опрошенных (74 %) считают, что благотворительность в регионе мало распространена (см. рис. 2). 8% респондентов полагают, что благотворительность вообще отсутствует в регионе. Положительные ответы о развитии благотворительности дали только 18%, из них 12% считают, что благотворительность достаточно распространена в регионе, а 6% полагают, что она широко распространена.

В большинстве случаев компании предпочитают не денежные формы поддержки (см. рис. 3). Почти половину (49%) суммарной благотворительной поддержки компаний составляет материальная помощь — передача товаров, оборудования и др. В то время как денежная помощь не превышает 32%. В последнее время наметился также рост нематериальной благотворительной поддержки в виде оказания услуг и предоставления работ. В 2005 г. нематериальная помощь составила 19%.

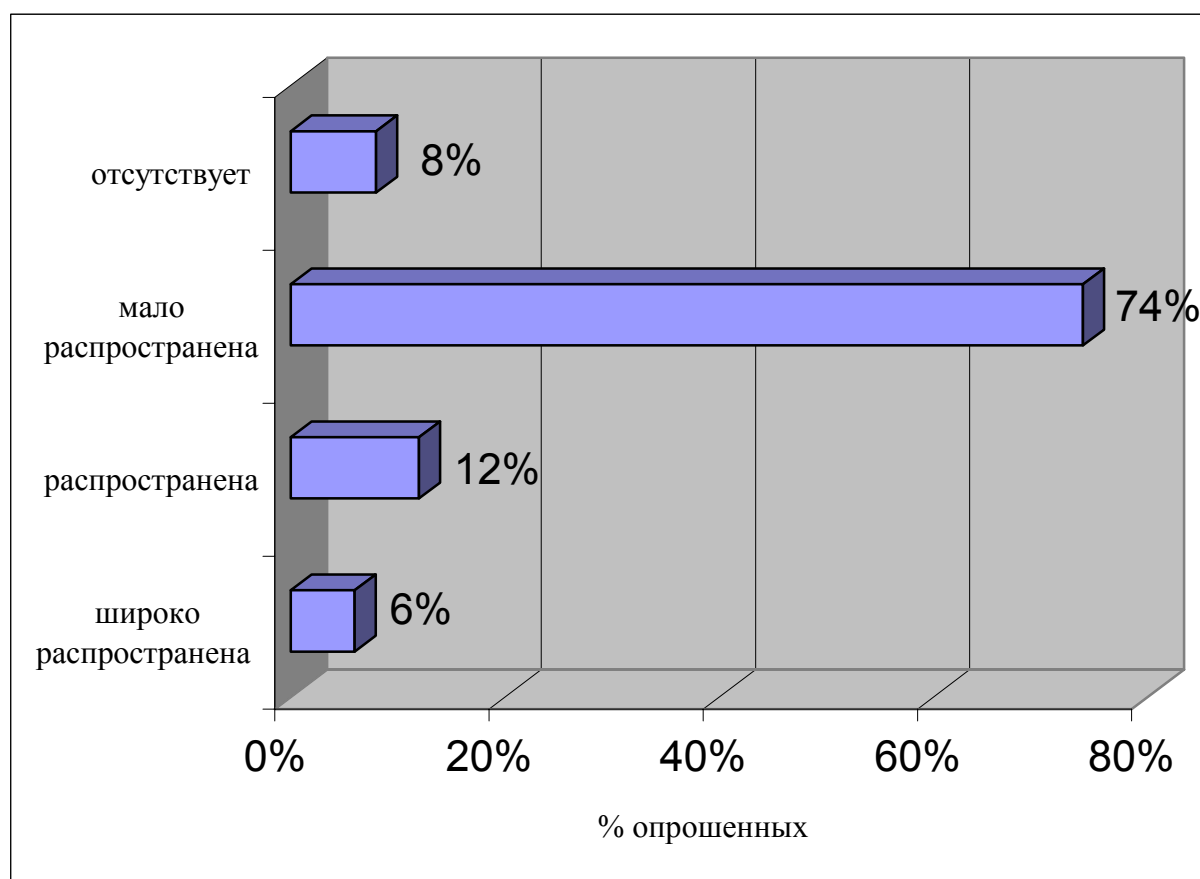


Рис. 2. Оценка развития благотворительности в регионе респондентами

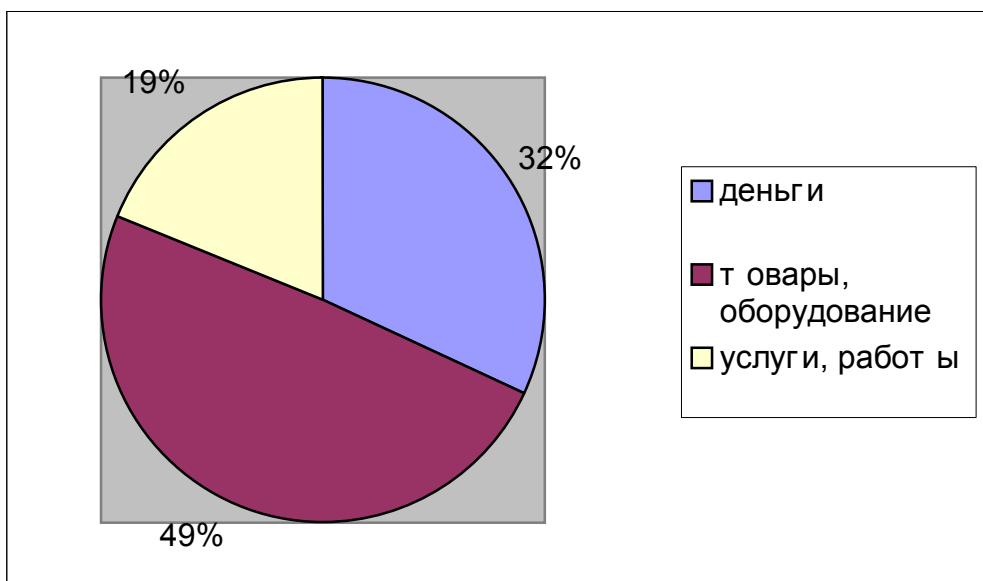


Рис. 3. Соотношение различных форм благотворительной деятельности компаний Северо-Западного региона в 2005 г.

Данное соотношение форм благотворительной деятельности обусловлено финансовым положением компаний и особенностью налогообложения разных видов поддержки, о чем будет сказано ниже.

Размеры благотворительной помощи 64% опрошенных связывают с наличием свободных ресурсов и поступлением обращений о помощи. Можно говорить о зависимости благотворительной активности фирм и их финансово-экономического положения. Для тех, кто находится в неустойчивом или довольно тяжелом положении (18 % опрошенных) в основном характерно существенное снижение объемов благотворительности, иногда сворачивание ее до нуля, замена денежной помощи материальной или нематериальной. Одновременно среди большинства опрошенных, которые оценили свое положение как стабильное (72 %), не наблюдается однозначной тенденции к росту благотворительности.

Данный факт объясняется тем, что большинство компаний считают, что развитие благотворительной деятельности не ведет к улучшению показателей работы компаний, поэтому практически не используют благотворительность для поддержки своей основной деятельности. 58 % респондентов не видят никаких изменений для фирмы в результате благотворительности (см. рис. 4), а 34% затруднились дать ответ на этот вопрос. 18% респондентов указали на то, что благотворительность лишь ведет к увеличению числа просителей.

Из положительных ответов преобладают — возможности размещения рекламы (12%). 8% собрал ответ о возможностях продвижения своих товаров и услуг на рынке.

Таким образом, крупные компании недооценивают возможности благотворительной деятельности в создании и поддержке их имиджа на рынке. Кроме того, приведенные выше ответы свидетельствуют о терминологической путанице, отождествлением благотворительности со спонсорством.

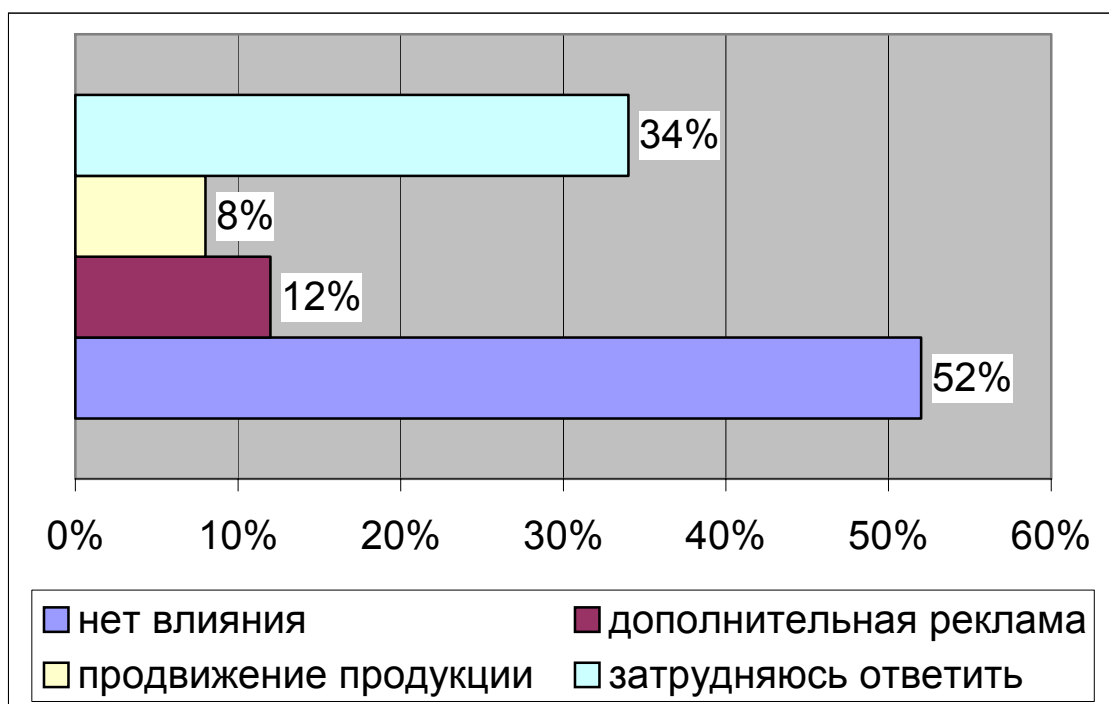


Рис. 4. Оценка влияния благотворительности на работу компании

Проведенные автором интервью с сотрудниками, ответственных за социальные и благотворительные программы, выявили, что 76% специалистов отождествляют такие важные понятия как *спонсорство* и *благотворительность*, *спонсорство* и *меценатство*, *спонсорство* и *патронаж*, используя их как синонимы. Так, сотрудник КомиЭнерго В. Соколов использует такое понятие, как «спонсорская благотворительность», а менеджер Мурманского порта Е. Репин говорит о «спонсорском патронаже», утверждая, что различия между спонсорством и меценатством условны.

В данном случае с такими утверждениями трудно согласиться. Ведь спонсорство и благотворительность являются совершенно разными понятиями, а меценатство, в отличие от спонсорства, предполагает не только *одностороннюю* материальную поддержку, но и активное *личное участие* в проводимых благотворительных акциях, преследующих просветительские цели.

Современный понятийно-терминологический аппарат

Сложившаяся ситуация связана, прежде всего, с отсутствием в российском законодательстве определения понятия «меценатства», ограниченностью трактовки понятия «патронажа» и недостаточной четкостью понятий «спонсорства».

Благотворительность и спонсорство. Если сущность благотворительности достаточно полно раскрывается в ст. 1 закона РФ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» от 11.08.1995 г. № 135-ФЗ, как «добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки», то понятие спонсорства очень узко определено ст. 19 закона РФ «О рекламе» от 18.07.1995 г. № 108-ФЗ, как «осуществление юридическим или физическим лицом (спонсором) вклада (в виде предоставления имущества, результатов интеллектуальной деятельности, оказания услуг, проведения работ) в деятельность другого юридического или физического лица (спонсируемого) на условиях распространения спонсируемым рекламы о спонсоре, его товарах».

Однако спонсор может требовать в качестве ответной услуги не только рекламу, но и другие прямые и косвенные выгоды, например, организацию выставок, пресс-конференций с его участием, что ведет к продвижению в обществе имиджа фирмы.

Патронаж. Несколько сходная ситуация имеет место с трактовкой понятия «патронажа». Патронаж в российском законодательстве определен в отношении только дееспособных граждан. Под ним, согласно ст. 41 ГК РФ, понимается регулярное (постоянное) оказание помощи в осуществлении прав, их защите и исполнении обязанностей совершеннолетнему дееспособному гражданину, нуждающемуся в такой помощи по состоянию своего здоровья. Однако патронаж может быть трактован намного шире, как в отношении физических, так и юридических лиц. Особую актуальность патронаж приобретает для некоммерческих видов деятельности.

Пожертвование. Наибольшую запутанность на практике представляет разграничение понятий «благотворительный взнос» и «пожертвование». Пожертвованием, согласно ст. 582 части второй Гражданского Кодекса РФ, признается дарение вещи или права в общеполезных целях (т. е. нельзя пожертвовать работы или услуги, их можно предоставить в качестве благотворительного взноса).

Пожертвования выделяются ограниченным кругом благополучателей, в отличие от благотворительных средств. Пожертвования могут делаться гражданам; лечебным, воспитательным, благотворительным, научным и учебным учреждениям, учреждениям социальной защиты, фондам, музеям и другим учреждениям культуры, общественным и религиозным организациям. Для этих лиц пожертвования не облагаются налогом на прибыль. Во всех остальных случаях (в частности, для таких организационно-правовых форм некоммерческих организаций, как некоммерческие партнерства, автономные некоммерческие организации, ассоциации и союзы и др.), пожертвования расцениваются как обычное дарение и облагаются налогом на прибыль в составе внереализационных доходов.

Уточнение понятийно-терминологического аппарата

Для устранения случаев объединения понятий спонсорства, патронажа, меценатства, благотворительности и пожертвования предлагается провести четкие различия между данными категориями в действующем российском законодательстве. Автором предложены следующие отличия этих понятий.

Спонсорство — вид экономической сделки, в процессе которой происходит обмен денежных средств, товаров, услуг, работ на возможности размещения рекламы, проведения PR-мероприятий, стимулирования сбыта и др. Спонсорство характеризуется исключительно коммерческими интересами.

Благотворительность — добровольная бескорыстная (безвозмездная или на льготных условиях) в различных формах поддержка физических и юридических лиц в общепользовных целях.

Патронаж — это оказание долгосрочной материальной и организационной поддержки некоммерческой деятельности в ответ на получение определенных прав на участие в управлении. Патрон может быть наделен правом участия в разработке стратегии развития, текущем планировании некоммерческой деятельности и т.д.

Меценатство — организация и поддержка общественно-значимых мероприятий в просветительских целях (преимущественно в сфере культуры и искусства).

В рамках работы над новым законодательством некоторые экономисты и политики все чаще ставят вопрос о необходимости разработки отдельного закона «О меценатстве». Так, директор Центра научных исследований социально-экономических проблем культуры Е. Игнатъева считает, что действующий федеральный закон «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» оп-

ределяет только общие понятия, не учитывая национальной специфики благотворительной деятельности в России, и в целом не способствует развитию меценатства в стране¹. Однако точка зрения Игнатьевой может быть оспорена. В России, с низким уровнем благотворительности, по сравнению с западными странами, меценатство как форма материальной и организационной поддержки, преследующая просветительские цели, практически отсутствует. На сегодняшний день примеров меценатства в России нами не найдено. Корпоративные коллекции, которые ряд авторов относят к формам меценатства, на наш взгляд, нельзя отнести к ним по следующему ряду причин.

Прежде всего, создание корпоративных коллекций не преследует просветительских целей. Показы подобных коллекций очень редки и предназначены для ограниченного круга посетителей. Вместе с тем, художественные собрания компаний являются своеобразной формой вложения капитала.

Кроме того, в проекте Федерального закона «О меценатах и меценатстве», рассматриваемом Государственной Думой, не проводятся четкие различия между благотворительной деятельностью и меценатством. Согласно законопроекту, меценатом считается «физическое или юридическое лицо, безвозмездно передающее средства (финансовые, материально-технические) для сохранения и развития культурного достояния Российской Федерации в формах, определенных законодательством РФ»². Таким образом, законопроект по сути трактует меценатство как форму благотворительной деятельности, что ставит под сомнение необходимость введения дополнительно к закону «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» нового закона «О меценатах и меценатстве».

Условия развития благотворительности в Северо-Западном регионе

Развитие благотворительности в Северо-Западном регионе сдерживается сложившимися условиями, которые характерны в целом для России. Согласно проведенному исследованию компаний Северо-Западного региона, 76% респондентов оценили условия для ведения благотворительной деятельности в стране скорее как неудовлетворительные.

Названные ими причины сложившейся ситуации в основном свя-

¹ Игнатьева Е. О государственной поддержке благотворительности и спонсорства в культуре. // Финансы. №3 2005 г, с. 49.

² Игнатьева Е.Л. Внебюджетные источники финансирования культуры: понятия, состояние, перспективы // Арт-фандрейзинг: Сб. науч. тр. / Под ред. И.Г. Хангельдиевой. М., 2002. С. 16.

заны с государственной политикой, а именно: несовершенством налоговой и законодательной сфер, а также недостатком государственной поддержки и признания благотворителей. Большинство опрошенных (82%) подчеркивали, что существующие налоговые льготы не оказывают заметного влияния на рост благотворительной поддержки со стороны компаний (см. рис. 5). 66% респондентов отмечали необходимость уплаты дополнительных налогов при оказании материальной и нематериальной благотворительной поддержки. «Государство не только не стимулирует благотворительность, но и подрывает ее любые проявления, вводя налог на благотворительность», - замечает PR-менеджер ОАО «Кондопога» Е. Дмитриев³.

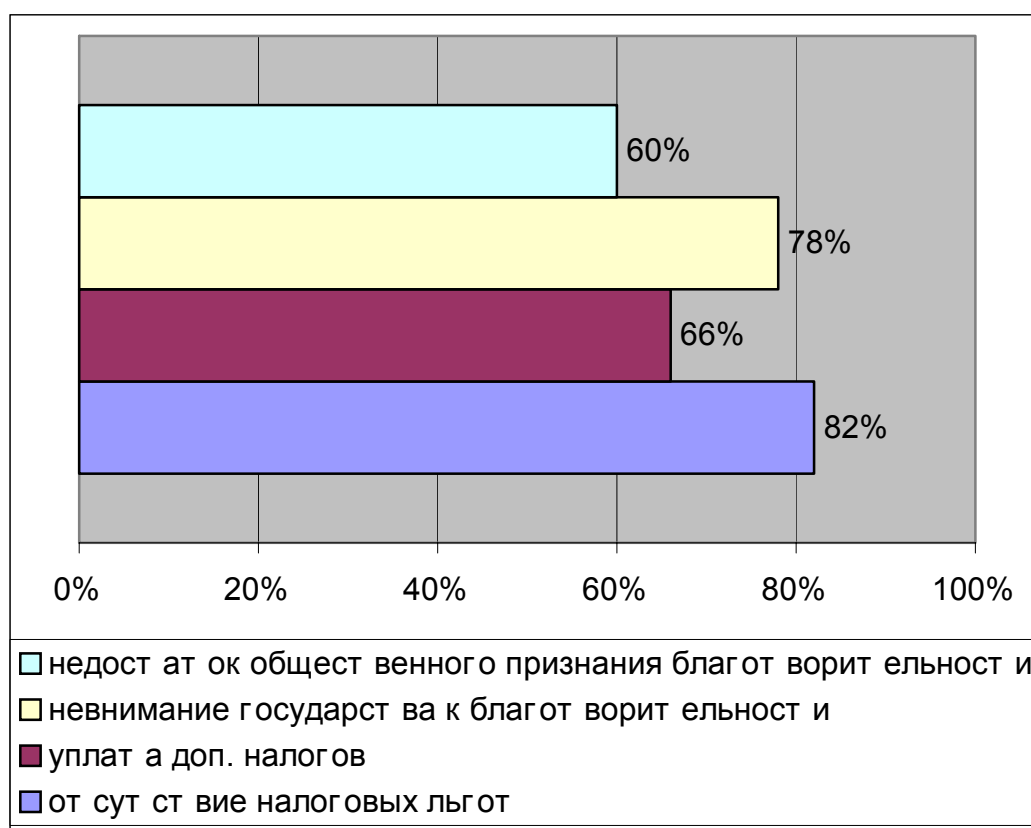


Рис. 5. Факторы, сдерживающие развитие благотворительности, в Северо-Западном регионе

Все это свидетельствует о невнимании государства к развитию благотворительности в стране, на что указывают 78% опрошенных. Общественное признание благотворительной деятельности является также низким, о чем свидетельствуют 60% респондентов.

Таким образом, одной из главных проблем развития благотворительной деятельности в регионе является отсутствие эффективной

³ Данные авторского исследования

налоговой политики. Существующие на федеральном и региональном уровнях налоговые льготы не оказывают заметного влияния на рост благотворительной поддержки, как со стороны компаний, так и со стороны их сотрудников.

Федеральные налоговые льготы для физических лиц

Согласно ст. 219 главы 23 Налогового кодекса РФ от 5.08.2000 № 117-ФЗ, вступившего в силу с 1 января 2001 г., при определении размера налоговой базы по налогу на доходы физических лиц налогоплательщик имеет право на получение социальных налоговых вычетов «в сумме доходов, перечисляемых на благотворительные цели в виде денежной помощи организациям науки, культуры, образования, здравоохранения и социального обеспечения, *частично или полностью финансируемым из средств соответствующих бюджетов*, в размере фактически произведенных расходов, но не более 25 процентов суммы дохода, полученного в налоговом периоде».

Отсюда следует, что применение данной налоговой льготы ограничено, с одной стороны, суммой, на которую уменьшается налогооблагаемая база по налогу на доходы физических лиц, а с другой стороны, условием оказания помощи организациям только в денежной форме и исключительно финансируемым из бюджета.

Первое ограничение введено с 1 января 2001 г. Налоговым кодексом. До 31 декабря 2000 г. в соответствии с утратившим силу законом РФ «О подоходном налоге с физических лиц» 1991 г., рассматриваемая налоговая льгота распространялась на всю сумму дохода, учитываемого при налогообложении за соответствующий календарный год, т. е. закон не ограничивал суммы, которые могут направляться на благотворительные цели и на которые может уменьшаться налогооблагаемый доход физического лица. Однако, несмотря на отсутствие в законе данного ограничения уровень благотворительности в стране все равно оставался крайне низким. Таким образом, можно утверждать, что введенное Налоговым кодексом ограничение не оказывает существенное влияние на снижение объемов благотворительной деятельности в стране.

Второе условие, существовавшее также и в законе «О подоходном налоге с физических лиц», существенно тормозило и тормозит развитие благотворительности, так как под льготу не попадают натуральная безвозмездная поддержка (передача товарно-материальных ценностей, оказание услуг и выполнение добровольных работ), а также поддержка тех организаций, которые не финансируются из средств бюджетов. Учитывая тот факт, что с каждым годом все меньше и

меньше организаций являются получателями бюджетных средств, масштабы применения данной налоговой льготы имеет тенденцию к сокращению. Как видно на рис. 6, государственные и муниципальные учреждения, финансируемые из соответствующих бюджетов, составляют всего 9% от общего числа получателей благотворительной помощи, которую оказывают сотрудники компаний Северо-Западного региона. В основном сотрудники компаний поддерживают не подпадающие под льготы негосударственные некоммерческие организации (62%) и отдельных физических лиц — прямых получателей благотворительной помощи (29%).

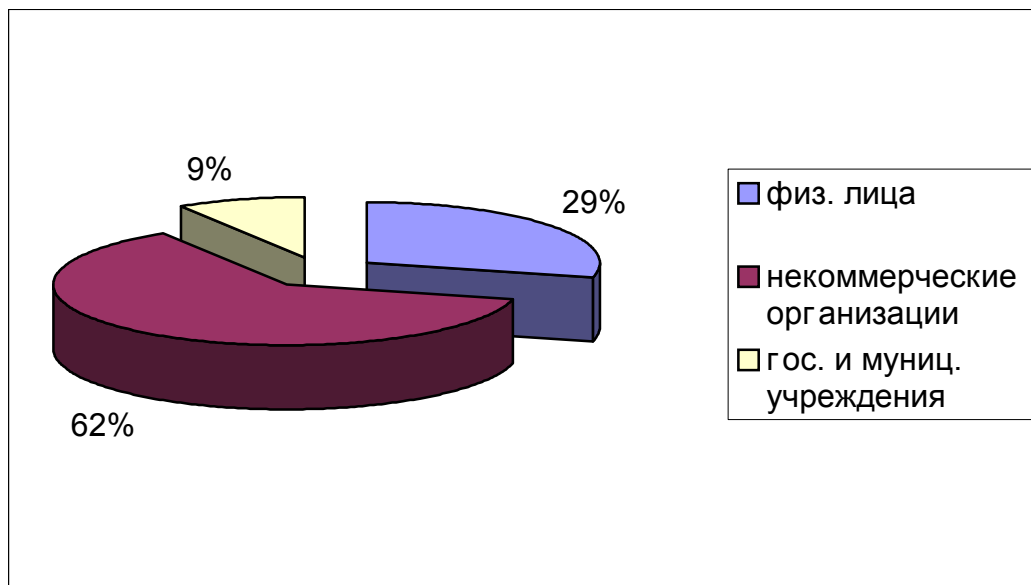


Рис. 6. Получатели благотворительной помощи, оказываемой сотрудниками компаний Северо-Западного региона

Кроме того, необоснованным выглядит распространение данных ограничений на организации науки, культуры, образования, здравоохранения и социального обеспечения, ставя их в менее выгодное положение по сравнению, например, с религиозными и физкультурно-спортивными организациями. Причем на практике, согласно результатам проведенного исследования, приоритеты при выборе сфер поддержки отдаются спортивным, религиозным организациям, а также экологическим проектам (см. табл. 1).

Так, 23% опрошенных сотрудников компаний оказывают благотворительную помощь спортивной деятельности, 17% — экологическим проектам и программам, 11% — религиозным организациям. Социальное обеспечение и здравоохранение поддерживают только 10%. Культура, образование и наука являются менее приоритетными сферами, им оказывают благотворительную поддержку соответственно 9%, 8% и 7% респондентов.

Приоритеты при выборе сфер поддержки сотрудниками компаний Северо-Западного региона в 2005-2006 гг.

№	Сфера поддержки	Число респондентов, оказавших поддержку, %
1.	Спорт	23
2.	Экология	17
3.	Религия	11
4.	Социальное обеспечение	10
5.	Здравоохранение	10
6.	Культура и искусство	9
7.	Образование	8
8.	Наука	7

Для сравнения приведем данные по США.

В США для частных лиц при направлении благотворительных средств в денежной и натуральной формах в некоммерческие организации от налога освобождается *до 50% совокупного дохода*, при условии наличия льготного налогового статуса организации⁴.

Таким образом, в США критерием определения налоговых льгот для благотворителей выступает не наличие бюджетного финансирования организаций, а их налоговый статус, что расширяет сами возможности получения льгот для частных лиц. Кроме того, под льготу подпадают натуральные благотворительные взносы, и сумма, на которую может уменьшаться налогооблагаемый доход физического лица, в два раза выше российского уровня. Причем, при натуральных благотворительных взносах дополнительно предоставляются льготы по налогу на имущество. Налоговые скидки могут достигать до 75% от стоимости взноса⁵.

Федеральные налоговые льготы для юридических лиц

Для юридических лиц, осуществляющих благотворительную деятельность, согласно введенной в действие с 1 января 2002 г. главы 25 второй части Налогового Кодекса, налоговые льготы на прибыль не предусмотрены.

⁴ Clotfelter C. Tax Incentives and Charitable Giving: Evidence from a Panel of Taxpayers.// Journal of Public Economics. 1990. N 13, p. 45; Clotfelter C. Federal Tax Policy and Charitable Giving. Chicago: Univ. of Chicago Press, 1995, p. 217.

⁵ Шишкин С.В. Экономика социальной сферы. – М.: ГУ ВШЭ, 2003, с. 181.

До 1 января 2002 г., согласно утратившему силу закону РФ «О налоге на прибыль предприятий и организаций» 27.12.1991 № 2116-1, для предприятий была предусмотрена льгота по налогу на прибыль в случае оказания ими благотворительной поддержки. Однако отмененная льгота имела существенные количественные ограничения, что не увеличивало заинтересованность организаций в оказании благотворительной помощи. Так, на основе ст. 6 приведенного закона, «при определении налогооблагаемой базы прибыль вправе быть уменьшенной на сумму благотворительных взносов, а также взносов, направленных на восстановление объектов культурного наследия, в фонды поддержки образования и творчества и др., *в пределах 3% облагаемой налогом прибыли*; а в случае перечисления средств *государственным учреждениям и организациям культуры и искусства*, кинематографии, творческим союзам и т.д. — *не более 5%*. При этом общая сумма благотворительных взносов не может превышать пяти процентов налогооблагаемой прибыли». Для банков и страховых организаций сумма благотворительных перечислений ограничивалась еще более низким уровнем в 3%. Для сравнения в США для юридических лиц при перечислении благотворительных взносов некоммерческим организациям действует льгота сокращения налогооблагаемой прибыли до 10%⁶.

Кроме того, по мнению юриста А.К. Толмасовой, до 2001 г. «наибольшие психологические трудности вызывала у благотворителей необходимость платить налоги, если в качестве пожертвования передавались не деньги, а товар или неиспользуемые ими основные средства, например, автомобиль или оргтехника»⁷.

В соответствии со ст. 3 Закона РФ «О налоге на добавленную стоимость» 1991 г., объектом обложения налогом на добавленную стоимость являлись среди прочих обороты по «передаче безвозмездно или с частичной оплатой товаров (работ, услуг) другим организациям или физическим лицам». Плательщиком НДС в этом случае являлась передающая сторона.

Таким образом, законодательство до 2001 г. не предусматривало исключений по уплате НДС при безвозмездной или льготной передаче имущества, оказания услуг и выполнения добровольных работ в рамках благотворительной деятельности. Благотворители должны были исчислить и заплатить НДС в том же размере, как если бы они продали свою продукцию или выполнили объем работ по рыночной

⁶ Clotfelter C. Federal Tax Policy and Charitable Giving. Chicago: Univ. of Chicago Press, 1995, p. 215.

⁷ Толмасова А.К. Проблемы налогообложения некоммерческих организаций. М., 2003, с. 59.

стоимости. В результате, действующая налоговая политика снижала заинтересованность предприятий в натуральных формах поддержки и, в целом, оказывала отрицательный эффект на развитие благотворительности в стране.

Попытки реформирования российского налогового законодательства применительно к западному опыту уже имели место, но пока не привели к ожидаемым результатам. Так, с 1 января 2001 г., согласно ст. 149 Налогового кодекса, не подлежат обложению НДС операции по «передаче товаров (выполнению работ, оказанию услуг) *безвозмездно* в рамках благотворительной деятельности в соответствии с Федеральным законом «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях», за исключением подакцизных товаров». Однако из Налогового кодекса следует, что НДС продолжают облагаться в рамках благотворительной деятельности операции по льготной передаче имущества, оказанию услуг и выполнению добровольных работ; спонсорская поддержка, а также добавляются обороты по передаче подакцизных товаров в рамках благотворительной деятельности. Таким образом, проблема уплаты НДС с благотворительной и спонсорской поддержки в натуральной форме решена законодательством лишь частично.

Налоговые льготы для юридических лиц на уровне субъектов федерации

О законодательных инициативах на уровне субъектов федерации можно также с уверенностью утверждать, что они не решили проблем налогового стимулирования участников благотворительной деятельности.

Санкт-Петербург. 28 декабря 1995 г. в Санкт-Петербурге был принят закон «О льготном налогообложении участников благотворительной деятельности», который предусматривает дополнительные к федеральным льготы. Согласно данному закону, «при исчислении налога на прибыль в бюджет Санкт-Петербурга налогооблагаемая прибыль уменьшается на сумму средств, направленных на реализацию благотворительных программ или переданных безвозмездно общественным объединениям, в пределах 3%». Однако введенная льгота носит крайне ограниченный характер, поэтому не оказывает заметного стимулирующего воздействия на масштабы благотворительной деятельности.

Республика Карелия. На уровне субъектов РФ к эффективным методам стимулирования благотворительной деятельности можно отнести действующие законодательные акты республики Карелия. Данное законодательство позволяет в большем объеме уменьшать налогооб-

лагаемую прибыль предприятий, а также вводит жесткие требования к определению статуса благотворительной организации. Так, согласно ст. 3 закона «О ставках и льготах по налогу на прибыль» от 29.11.1999 г. № 35, при исчислении налога на прибыль, подлежащего уплате в республиканский бюджет, юридические лица имеют право исключать из налогооблагаемой базы средства, направленные на благотворительные цели в организации, имеющие статус «благотворительная», но не более 5% налогооблагаемой прибыли.

Кроме того, согласно Закону «О ставках и льготах по налогу на прибыль» предприятия могут уменьшать сумму налога на прибыль на величину фактически произведенных затрат, связанных с реализацией республиканских благотворительных программ, утвержденных Городским благотворительным советом. Другими словами, сумма взноса (в денежной или натуральной форме), направленного на благотворительную программу с официальным статусом, вычитается из суммы налога на прибыль, подлежащего зачислению в республиканский бюджет. Таким образом, законодательство республики Карелия позволяет существенно уменьшать налоговые платежи в бюджет субъектов РФ.

Однако опыт Карелии не получил широкого распространения за пределами республики. В целом по стране стимулирование благотворительности, как на федеральном, так и на региональном и местном уровнях осуществляется крайне неэффективно.

Из приведенных примеров следует, что система налоговых льгот, установленных для участников благотворительной деятельности, не является достаточно гибкой и привлекательной. Актуальными остаются проблемы разработки стимулирующего механизма налоговых льгот для физических и юридических лиц, осуществляющих благотворительную поддержку. На это указывают также 68% опрошенных представителей компаний Северо-Западного региона в ходе социологического исследования.

Для решения данных проблем необходимо, на наш взгляд, внести серьезные изменения в налоговое законодательство РФ. В частности, разработать гибкую дифференцированную систему налоговых льгот для участников благотворительной деятельности. Данная система должна не просто фиксировать потенциальные налоговые льготы физических и юридических лиц, а активно стимулировать последних в финансировании социальных проектов.

Автором предлагается ввести льготы по налогу на прибыль для юридических лиц, занимающихся благотворительной деятельностью, и расширить соответствующие налоговые льготы на доходы физических лиц. В частности, предлагается установить налоговые вычеты из

прибыли юридических лиц, осуществляющих благотворительные взносы, в размере 10% и увеличить налоговые вычеты из доходов физических лиц до 50%; расширить формы благотворительной поддержки — помимо денежной формы предусмотреть взносы в натуральной форме (передача товарно-материальных ценностей, оказание услуг, выполнение работ и т.д.) и увеличить круг благополучателей (включить некоммерческие организации, не финансируемые из средств бюджетов). Крайне важным является также освобождение от НДС операций по передаче с частичной оплатой товаров, услуг, работ в рамках благотворительной деятельности, а также спонсорской поддержки.

Заключение

На основе опроса представителей крупного бизнеса Северо-Западного региона выявлено, что благотворительная поддержка оказывается ими достаточно хаотично в условиях отсутствия четкого понятийно-терминологического аппарата. На практике многие специалисты компаний отождествляют такие понятия, как спонсорство и благотворительность, спонсорство и меценатство, спонсорство и патронаж, используя их как синонимы. Причины неадекватного использования этих понятий связаны в значительной степени с отсутствием в российском законодательстве определения «меценатства», ограниченностью трактовки понятия «патронажа», недостаточной четкостью формулировки понятий «спонсорства». Автор полагает, что законодательное определение указанных категорий будет способствовать не только более корректному их использованию, но и более широкому их применению.

В ходе исследования выявлено, что уровень развития благотворительной деятельности в Северо-Западном регионе является достаточно низким и обусловлен рядом причин. Большинство причин связаны с недостатком государственной поддержки благотворительности в регионе, в частности, с отсутствием эффективных мер налогового стимулирования благотворительной деятельности. Автором предлагается внести в Налоговый кодекс и закон «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» изменения, связанные со стимулированием благотворительной деятельности физических и юридических лиц.

Литература

Игнатьева Е.Л. О государственной поддержке благотворительности и спонсорства в культуре. // Финансы. №3 2005 г.

Игнатьева Е.Л. Внебюджетные источники финансирования культуры: понятия, состояние, перспективы // Арт-фандрейзинг: Сб. науч. тр. / Под ред. И.Г. Хангельдиевой. М., 2002

Толмасова А. Благотворительная деятельность в России: Правовые аспекты и вопросы налогообложения. Консультация.// Иностранный капитал в России. № 9 2004.

Ширяев Д.С. Подходный налог на безвозмездный труд? // Некоммерческие организации в России. 2002. № 3.

Шишкин С.В. Экономика социальной сферы. — М.: ГУ ВШЭ, 2003.

Clotfelter C. Tax Incentives and Charitable Giving: Evidence from a Panel of Taxpayers.// Journal of Public Economics. 1990. N 13.

Clotfelter C. Federal Tax Policy and Charitable Giving. Chicago: Univ. of Chicago Press, 1995.

Weisbrod B. The Nonprofit Economy. — Cambridge.: Harvard Univ. Press, 1994.